

# 食行動はどのような文脈で情報呈示されるか？

## —書籍名の分析による関連目標の検討—<sup>1</sup>

吉 田 琢 哉

### 要約

本研究は、過去 20 年分の食行動に関連する書籍名の分析を通して、食行動の背後にある目標や感情的要素がどのように情報提示されるかを年代別に検証することを目的とした。抽出した用語の頻度の多さから、これまでに食行動の背景にある目標として示唆されてきた健康目標、美容目標、快楽目標、簡便化目標、安全目標、手作り目標、経済的目標の影響が確認された。それぞれの目標に対応する用語には年代による出現頻度の違いも見られ、食生活に対する意識や経済情勢に照らして考察された。目標関連用語の共起関係については、複数の目標が同一書籍内に現れやすい傾向が確認された。感情語については、不安を喚起するような書籍名を用いているものは極めて少なく、その背景について、感情喚起による説得効果に基づいて考察を行った。

健康的な食生活の実現が社会的な関心事となって久しい。戦後の日本人の食生活は昭和 50 年頃が最も理想的とされ、その後、欧米型の食生活が浸透するにつれ、食事バランスが偏重してきたと指摘される（平光・杉山，2009）。2005 年に国内でのメタボリックシンドロームの診断基準が定められ、同年の食育基本法の制定されたことも契機となり、健康志向は近年ますます高まりを見せている。ミツカングループ本社による「40 代 50 代のメタボリックシンドロームと食生活意識調査」によると、メタボリックシンドロームの予防・改善意識を 8 割以上が抱いている（日本能率協会総合研究所，2008）。こうしたことから、健康的な食生活への意識の高さが伺われる。

しかし、今日の日本人が健康的な食生活を取り戻したとは言いがたい。平成 21 年度国民健康・栄養調査結果（厚生労働省，2011）によると、BMI が 25 を上回る肥満者の割合は、20 ～ 60 歳代の男性が 31.7%，40 ～ 60 歳代の女性が 21.8% であり、男性に関しては特に、厚生省が定めた『健康日本 21』が始まった 2000 年よりも増加傾向にある。野菜摂取量の平均は 295.3g で、『健康日本 21』の目標値である 350g を依然として下回っている。つまり、現在の食生活が健康的ではないことを意識しつつも、改善に向けた取り組みまで至らないというのが実情である。食生活の改善が進まない原因を明らかにし、健康的な食生活の実現に向けた方策を整えることが望まれる。

健康的な食生活が実現していない背景には、食行動に関わる目標設定の影響が考えられる。食行動の背景にあるのは、「健康的な食生活を送りたい」という健康目標

だけではない。「満腹まで食べたい」「おいしいものを食べたい」といった快楽目標や、「仲間の承認を得るため」に同じものを食べるといった対人目標の影響が示唆されている（Kalavana, Maes, & De Gucht, 2010; Stroebe, Mensink, Aarts, Schut, & Kruglanski, 2008）。これらの目標は両立が難しい場合が多く、対人目標や身体的快楽目標を重視すると、健康目標は損なわれかねない（Kruglanski et al., 2002）。したがって、如何にして食行動に関連する複数の目標を両立させるかという観点からの検討が求められる。

しかし、どのような目標が食行動に影響するかについては、これまで局所的な検討しかなされておらず、食行動に特化した包括的な目標枠組みは未だ整理されていない。動機づけの観点から食行動を研究したものの多くは、美容目標に焦点化されており、目標枠組みという観点からは限定的である（Kroeese, Evers, & De Ridder, 2009; Papies & Hamstra, 2010; 渋谷，2006）。個人の生活領域全般にわたる目標の枠組みについては、Ford & Nichols (1987) や Schwartz (1992) により網羅的に整理されているが、これらは食行動に直接適用できるわけではない。たとえば Ford & Nichols (1987) による枠組みは、自分が並外れた才能を持っているという感覚を求め、平凡であることを避ける「超越感」や、他者から認められることや他者の支えを求め、嫌われないようにする「資源の獲得」を生活目標の一つとしているが、こうした目標が食行動において活性化するとは考えにくい。Schwartz (1992) による Basic Human Values についても、他者を害したり社会的規範を犯すような行動や衝動を抑える「従順」や、社会の期待に沿った能力を発揮することによ

る成功を追及する「達成」などが挙げられているが、これらも食行動を説明する目標とはなりにくいだろう。

以上のことから、食行動に特化した目標の枠組みを整理する必要性が認められるが、これまでに行われた社会調査の中から、食行動に関する目標枠組みの示唆は得られる。農林漁業金融金庫によると、30代・40代の父親が食について関心を示すのは、「おいしい食品・店」「からだに良い食べ物」「安全性」「栄養」が3割を超えており、30代の主婦では、「簡便化志向」「手作り志向」「経済性志向」「健康・安全志向」が強い（日本能率協会総合研究所, 2008）。これらの結果から、健康目標に加え、快樂目標、安全目標、簡便化目標、手作り目標、経済性目標といった6つの目標が、食生活の営みに寄与していることが伺われる。ただし、これらの調査の中で示された選択肢の根拠は十分ではなく、その網羅性については確認する必要がある。

そこで本研究では、ここ20年の間に刊行された食行動に関する書籍名を対象に、食行動がどのような目標に対応して情報提示されているかを検証し、出版された年代により違いが見られるかという観点を含め、食生活に特化した網羅的な目標の枠組みを整理することを第一の目的とする。分析資料として書籍を取り上げるのは、書籍の題目は世相や人々のニーズを一定程度反映していると考えられるためである。

また本研究の第二の目的として、書籍名の中にどのような感情価が含まれているかを検討する。説得研究に基づく、メッセージの説得効果は被説得者の感情状態に左右されると言える（原, 2005; Hullett, 2005）。たとえば一般の書籍では『買ってはいけない（週刊金曜日, 1999）』シリーズや『TPPは国を滅ぼす（小倉, 2011）』など、不安や脅威を喚起するメッセージを含んだ書籍名も散見される。食行動に関してどのような感情を喚起するメッセージが多く用いられているかを検討することは、今後健康的な食生活の実現に向けた方策を整える上での基礎的資料として有用であろう。

## 方法

本研究では、1991年から2010年までの間に刊行された、食行動に関する書籍名を分析資料とした。書籍の検索には、日本書籍出版協会が作成している日本書籍データベースを基にした、日本書店商業組合連合会と書籍検索サイト Books の検索エンジンを利用した。ただしいずれの検索エンジンも副題が表示されない場合があるため、抽出されたすべての書籍名についてオンラインストア Amazon.co.jp の検索エンジンを利用して再度検索し、資料を収集した。書籍のうち、小説、コミック、および各種年鑑は対象から除外した。検索の際には、「食べ」「食事」「食生活」「食習慣」「料理」「献立」「レシピ」「食育」「食材」のいずれかのキーワードを書籍名に含むよう条件を設定した。その結果、「食べ」では2339、「食事」では980、「食生活」では353、「食習慣」では11、「料理」では3344、「献立」では366、「レシピ」では2791、「食育」では293、「食材」では261の書籍名が抽出された。年別の書籍数を Table 1 に示す。これらのうち、重複を除いた9636の書籍名を分析に用いた。

## 結果

分析には Tiny Text Miner（松村, 2006）を使用した。形態素解析によって抽出された語を参照し、同義語の設定を行った上で再度分析を実行した<sup>2</sup>。抽出された名詞および形容詞の語数の上位50まで（キーワードを除く）を Table 2 に示す。

次に「快樂目標」「健康目標」「簡便化目標」「美容目標」「安全目標」「経済性目標」に該当すると考えられる用語について、5年ごとに級間を設け、その頻出度数を算出した。カイ2乗検定の結果、有意な $\chi^2$ 値が得られたことから（ $\chi^2(39) = 155.74, p < .01$ ）、各度数について調整済み残差を算出した（Table 3）。そして食行動に関する各目標が同一書籍にともに出現する程度を検討するため、2つの目標同士の出現の有無に関してカイ二乗検定を実施した（Table 4）。

Table1 キーワードを含む書籍数の年別集計

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
料理	69	64	84	110	98	140	148	185	161	190	182	202	195	187	182	175	204	203	205	192
レシピ	3	2	4	11	16	24	42	77	80	116	127	217	206	182	201	185	236	275	327	380
食べる	34	18	37	42	38	70	47	75	74	81	98	157	150	113	97	112	130	128	171	190
食事	24	24	19	23	24	18	12	26	30	35	20	49	32	35	35	43	40	31	43	34
食べ物	10	4	11	20	14	13	18	13	17	17	23	24	24	30	28	24	25	34	24	39
献立	8	4	5	8	11	22	20	18	23	26	21	23	31	31	22	20	13	21	16	24
食生活	12	12	4	14	12	12	17	7	16	21	32	19	31	20	18	23	13	9	17	22
食育	0	0	1	1	1	1	1	4	0	2	8	2	6	13	38	56	57	50	40	29
食材	1	0	0	0	3	3	6	5	13	6	10	14	10	17	12	5	8	15	10	10
食習慣	1	1	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	4
書籍数計	158	136	169	213	229	302	315	400	382	452	498	634	661	596	607	611	705	761	876	931

註) キーワードの重複等の関係から、年別の書籍数の総計と書籍数計とは異なる。

Table2 上位 50 の出現語

順位	語	出現数	順位	語	出現数	順位	語	出現数	順位	語	出現数	順位	語	出現数
1	おいしい	1094	11	ダイエット	263	21	本	190	31	安全	136	41	教える	105
2	健康	568	12	おかず	232	22	毎日	185	32	予防	134	42	育てる	103
3	作る	505	13	魚	230	23	和食	181	33	カロリー	120	43	やさしい	102
4	する	463	14	子ども	229	24	ごはん	162	34	栄養	119	44	男	102
5	なる	438	15	できる	229	25	かむ	158	35	ある	114	45	ガン	102
6	野菜	431	16	治す	225	26	元気	157	36	節約	113	46	ない	100
7	簡単	384	17	きれい	207	27	味	151	37	コツ	111	47	日本	96
8	家族	324	18	基本	197	28	糖尿病	150	38	イタリア	107	48	作れる	96
9	身体	288	19	人	195	29	食事療法	142	39	知る	107	49	心	95
10	楽しい	278	20	わかる	193	30	世界	140	40	フランス	106	50	旬	91

Table3 年代別の食の目標に関する用語の頻度

	1991～1995年		1996年～2000年		2000年～2005年		2006年～2010年	
	度数	調整済み残差	度数	調整済み残差	度数	調整済み残差	度数	調整済み残差
<快楽目標>								
おいしい	83	-1.46	194	-0.28	357	-0.46	460	1.49
楽しい	31	1.53	53	0.47	95	0.36	99	-1.59
<健康目標>								
健康	74	3.84 **	111	1.04	198	0.94	185	-3.92 **
野菜	30	-1.30	58	-2.58 **	125	-2.02 *	218	4.71 **
元気	13	-0.41	25	-1.04	72	2.78 **	57	-1.62
栄養	10	-0.99	29	0.23	53	0.27	63	0.13
予防	26	4.50 **	36	2.71 **	45	0.10	27	-4.80 **
<簡便化目標>								
簡単	26	-1.38	79	1.37	109	-2.10 **	170	1.73
<美容目標>								
ダイエット	18	-1.08	48	0.10	95	1.04	102	-0.46
きれい	5	-3.27 **	24	-2.46 *	80	1.71	98	2.17 *
カロリー	10	-0.15	33	2.69 **	40	-0.03	38	-1.99
<安全目標>								
安全	21	2.86 **	24	-0.11	43	-0.40	48	-1.17
<経済性目標>								
節約	3	-2.30 *	12	-2.07 *	33	-0.91	65	3.82 **

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$ 

Table4 出現用語の頻度に関する相関表

Table 4 食行動と目標の共起関係

	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.
1.おいしい	59 (5.3) **	85 (2.8) **	90 (6.4) **	26 (2.1) *	6 -(2.2) *	17 (0.5)	100 (9.3) **	38 (1.6)	25 (0.3)	18 (1.3)	21 (1.5)	42 (8.7) **
2.楽しい		15 -(0.4)	22 (2.8) **	5 (0.2)	1 -(1.3)	1 -(1.5)	13 (0.6)	3 -(1.7)	2 -(1.7)	0 -(1.9)	2 -(1.0)	1 -(1.3)
3.健康			29 (0.8)	24 (5.0) **	10 (1.2)	29 (7.8) **	39 (3.6) **	32 (4.4) **	34 (6.5) **	22 (5.8) **	12 (1.5)	2 -(1.9)
4.野菜				12 (1.9)	4 -(0.6)	5 -(0.4)	24 (1.7)	7 -(1.4)	12 (0.9)	2 -(1.5)	5 -(0.5)	5 (0.0)
5.元気					3 (0.8)	3 (0.6)	8 (0.7)	5 (0.4)	13 (5.3) **	3 (0.8)	1 -(0.8)	3 (0.6)
6.栄養						4 (1.8)	0 -(2.2) *	3 -(0.1)	1 -(1.0)	2 (0.4)	0 -(1.3)	1 -(0.3)
7.予防							1 -(1.9)	5 (0.7)	1 -(1.1)	6 (3.4) **	3 (0.8)	0 -(1.3)
8.簡単								11 (0.2)	10 (0.6)	10 (2.5) **	6 (0.3)	13 (4.1) **
9.ダイエット									31 (10.9) **	43 (22.4) **	1 -(1.4)	3 (0.0)
10.きれい										3 (0.3)	2 -(0.5)	1 -(0.9)
11.カロリー											1 -(0.5)	3 (1.4)
12.安全												1 -(0.5)
13.節約												

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$ 註) 数値は共起した度数、カッコ内は  $\chi^2$  検定における調整済み残差を表す

## 考察

本研究の目的は、過去 20 年分の食行動に関連する書籍名の分析を通して、食行動やその背後にある目標がどのように情報提示されるかを年代別に検証すること、そして書籍名にはどのような感情的要素が多く含まれているかを検討することの 2 点であった。書籍を検索する際のキーワードとして「食べ」「食事」「食生活」「食習

慣」「料理」「献立」「レシピ」「食育」「食材」の 9 つを設定した。「食習慣」および「食材」を題名に含む書籍の刊行数は圧倒的に少なかったものの、これら以外のキーワードを含む書籍の出版動向を見ると、「食育」以外の書籍は、特に 20 年間の出版数に大きな変動は見られていない。食行動は基本的欲求の一つであることから、メタボリックシンドロームの診断基準の設定以前から、

人々の関心を集めてきたと言える。「食育」に関しては、2005 年を境に出版数が急増しているが、これは食育基本法制定の影響と解釈される。

食行動に関連する目標に関して、Table 2 の書籍名に多く含まれる用語を見ると、健康目標に相当すると考えられる「健康」「元気」といった用語や、健康ではない状態としての病気に関連する「糖尿病」「ガン」「治す」などが含まれていた。こうした健康関連用語のほか、美容目標を表す「ダイエット」、快楽目標に対応する「おいしい」「楽しい」、簡便化目標に対応する「簡単」、安全目標に対応する「安全」、そして経済性目標に対応する「節約」などが上位に見られた。手作り志向を表す用語は見られなかったが、「レシピ」を題名に含む書籍を手にとること自体が手作り志向の表れであることから、用語としては多くは抽出されなかったものの、書籍数の多さに手作り志向の高さが反映されていると考えられる。これらのことから、予測通り、食行動には健康目標、美容目標、快楽目標、簡便化目標、安全目標、手作り目標、経済的目標が含まれていることが示唆された。

次にこれらの目標に相当する用語の選定を行い、健康目標では「健康」「野菜」「元気」「栄養」「予防」といった用語を抽出した。美容目標では「ダイエット」「きれい」「カロリー」といった用語を抽出した。快楽目標、安全目標、簡便化目標および経済性目標については、それぞれ「おいしい」と「楽しい」、「安全」、「簡単」、「節約」の各語を抽出した。それぞれの目標に該当する用語の全体的な頻出度数に基づく、健康目標と快楽目標が圧倒的に意識されやすいことが見て取れる。これらの目標の出現頻度が、動機づけ研究において重点的に検討されてきた美容目標を上回ったことは、興味深い結果と言えよう。

目標に関連する用語を年代別に集計すると、快楽目標については年代による頻度の違いは見られなかったものの、その他の目標については年代による差が見られた。健康目標については、「健康」「予防」は 1990 年代初頭の書籍に多く含まれ、2000 年代後半には頻度が下がっている。対照的に「野菜」の頻度が 2000 年代後半に上がっている。これは、野菜の積極的な摂取を心がけるという、健康の具体的な内容を意識した表れである可能性がある。美容目標に関しては「きれい」の出現頻度が 2000 年代後半に増加している。これはカロリーを抑えたり痩せるといった限定的な意味での美容ではなく、健康的な美しさを求める志向の表れと解釈することもできよう。その可能性は、「きれい」と「健康」「元気」との共起頻度の高さからも示唆される。「節約」の頻度も 2000 年代後半に上がっているが、これは国内の経済状

況を反映しての出版傾向の変化と考えられる。

目標関連用語同士の共起関係については、必ずしも一貫した結果は見られなかったものの、「おいしい」と「簡単」「節約」、「健康」と「簡単」「ダイエット」など、複数の目標が同一書籍の題目に現れる傾向が確認された。これは複数の目標を達成できる内容であることをアピールすることで書籍の購買意識の高まりを狙ったものと考えられる。ただし、それが実際の人々の目標認識と合致しているかは、今後検討する必要がある。

次に第二の目的である感情価について考察する。今回抽出した書籍の中では、不安を喚起するような書籍名を用いているものは極めて少なかった。逆に肯定的な感情価については、「おいしい」「楽しい」といった快楽目標に対応する語のみならず、「やさしい」「幸せ」「豊かな」など、多様な語が用いられていた。態度変容に関する理論的モデルである Petty & Cacioppo (1986) の精緻化見込みモデルに基づく、快の情動下にあるときは不快な情動下にあるときと比べ、ヒューリスティック処理による説得効果が高いという知見が得られている (原, 2005; 八木・平林, 2008)。快感情を喚起するメッセージが圧倒的に多いという現状は、こうした説得効果を見込んでのことかもしれない。しかし一方で、近年は説得対象から喚起される関連感情については、否定的感情を喚起する説得技法の有効性も示されている (具志堅・唐沢, 2006)。たとえば親子関係を中心に、健康を損なうことをアピールした脅迫的な説得行為は日常的に見られる光景であろう。本研究で抽出した書籍の中で上位に出現した「糖尿病」や「ガン」なども、表現次第では不安をはじめとする否定的感情を喚起するメッセージともなるだろう。今後、実情に即した目標枠組みを用いた上で、感情喚起による説得効果を詳細に検証していく必要がある。

最後に本研究の限界について述べる。今回の書籍名の分析から 7 つの食行動に関わる目標の存在が示唆されたが、方法論上の制約を踏まえ、目標枠組みの網羅性については慎重にならねばならない。たとえば書籍名からは対人関係に関わる目標は抽出されなかったが、「個食」や「孤食」といった用語の広まりからも示されるように、一人で食べることで食生活の偏りが懸念される<sup>3</sup>。反対に他者からの誘いを受けての外出という対人目標の影響も考えられる。そうした意味で、少なくとも対人目標を含めた枠組みの整備を志すのが妥当であろう。また本研究では、食行動に関連する目標に関して、一般的に用いられやすい語を基礎的資料として収集することができたものの、目標概念と個々の抽出語との対応関係については筆者が判断したものである。想定された目標概念が統



計的に因子として抽出されるかについては、改めて調査を行った上で確認する必要がある。その上で、どういった目標の間で葛藤が生じやすいのか、食行動を開始してからの目標の保持のされやすさなどについて検討を重ねていくことが求められる。

## 引用文献

- Ford, M. E., & Nichols, C. W. (1987). A taxonomy of human goals and some possible applications. In M. E. Ford & D. H. Ford (Eds.), *Humans as self-constructing living systems: Putting the framework to work*. Hillsdale, NJ: Erlbaum. pp.289-311.
- 具志堅伸隆・唐沢かおり (2006) . 怒りと恐怖がもたらす説得効果 社会心理学研究, **22**, 155-164.
- 原奈津子 (2005) . 説得における感情の役割 心理学評論, **48**, 10-20.
- 平光美津子・杉山道雄 (2009) . 「日本型食生活」の形成と変容 東海学院大学紀要, **3**, 85-90.
- Hullett, C. R. (2005) . The impact of mood on persuasion. *Communication Research*, **32**, 423-442.
- Kalavana, T. V., Maes, S., & De Gucht, V. (2010) . Interpersonal and self-regulation determinants of healthy and unhealthy eating behavior in adolescents. *Journal of Health Psychology*, **15**, 44-52.
- 厚生労働省 (2011). 平成 21 年国民健康・栄養調査報告 <http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/eiyou/dl/h21-houkoku-01.pdf>
- Kroeze, F. M., Evers, C., De Ridder, D. T. D. (2009) How chocolate keeps you slim. The effect of food temptations on weight watching goal importance, intentions, and eating behavior. *Appetite*, **53**, 430-433.
- Kruglanski, A. W., Shah, J. Y., Fishbach, A., Friedman, R., Chun, W. Y., & Sleeth-Keppler, D. (2002) . A theory of goal-systems. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol 34. New York: Academic Press.
- 松村真宏 (2006) . Tiny Text Mining <http://mtmr.jp/ttm/>
- 日本能率協会総合研究所 (編) (2008) . 食生活・食意識関連マーケティングデータ白書 2008 株式会社日本能率協会総合研究所
- 小倉正行 (2011) . TPPは国を滅ぼす 宝島社
- Papies, E. K., & Hamstra, P. (2010) . Goal priming and eating behavior: Enhancing self-regulation by environmental cues. *Health Psychology*, **29**, 384-388.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986) . The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Vol. 19. NY: Academic Press. pp.123-205.
- Schwartz, S. H. (1992) . Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Vol. 25. New York: Academic Press. pp. 1-65.
- 渋谷聡 (2006) . 青年期女性のダイエットにおける目標志向性と摂食障害傾向との関係 健康心理学研究, **19**, 29-35.
- 週刊金曜日 (編) (1999) . 買ってはいけない 金曜日
- Stroebe, W., Mensink, W., Aarts, H., Schut, H., & Kruglanski, A. W. (2008) . Why dieters fail: Testing the goal conflict model of eating. *Journal of Experimental Social Psychology*, **44**, 26-36.
- 八木保樹・平林郁子 (2008) . 食事直後のドーピング・イン・ザ・フェイス・テクニック—資源としての感情による自己制御 心理学研究, **79**, 232-240.

## 脚注

- <sup>1</sup> 本研究は、財団法人アサヒビール学術振興財団の 2011 年度研究助成を受けて実施された。
- <sup>2</sup> 漢字、片仮名、平仮名での表記の混在が見られたもの（「おいしい」と「美味しい」、「ガン」と「がん」等）、正式名と略称の混在が見られたもの（「サプリメント」と「サプリ」、「メタボリック」と「メタボ」等）、及び摂食行動の文脈において意味が類似している語（「家族」と「家庭」、「簡単」と「手軽」、「きれい」と「美しい」、「美人」「美肌」「美容」、「健康」と「ヘルシー」、「節約」と「安い」、「ダイエット」と「やせる」、「治る」と「効く」、「太る」と「肥満」、「安心」と「安全」「和食」と「日本料理」）を同義語として設定した。
- <sup>3</sup> 今回抽出した書籍名の中には、「個食」や「孤食」は含まれていなかった。